

ACTAS 2016

# I Jornadas Nacionales de Investigación en Ciencias Sociales de la UNCuyo

25 y 26 de Agosto de 2016

"Perspectivas actuales en la investigación en ciencias sociales: problemáticas,  
enfoques epistemológicos y abordajes teórico-metodológicos"

## Algunas reflexiones teórico-epistemológicas en torno a los procesos de mediatización de identidades subalternas

ISBN 978-987-575-164-4

Eva Rodríguez Agüero<sup>i</sup>  
evarodriguezaguero@gmail.com  
Natalia Encinas<sup>ii</sup>  
natisencinas@hotmail.com

Proyecto de investigación "Sobre las representaciones mediáticas de los/as sujetos subalternos/as: mujeres, juventudes y militantes sociales según la mirada de los medios", articulado con la cátedra "Seminario sobre cultura mediática" de la carrera de Comunicación Social (FCPyS-UNCuyo).

Eva Rodríguez Agüero (directora). Natalia Encinas (co directora).

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNCuyo. CONICET

### Resumen

Este trabajo tiene por objeto reflexionar acerca de la decisión teórica y epistemológica de situarse desde la perspectiva constructivista, presente en la línea de los *estudios sobre mediatizaciones*, para abordar el tema de las representaciones a partir de las cuales los medios de comunicación construyen discursivamente las identidades y las prácticas de los grupos sociales subalternos. Es decir, aquellos que por determinadas circunstancias –signadas a menudo por cuestiones relativas a la distribución inequitativa del poder en razón del género, la etnia, la edad, la clase social o las diferencias culturales- ven obstaculizada la visibilidad de sus identidades, sus voces o sus reclamos.

Por otro lado, y en articulación con este objetivo general, el trabajo busca asimismo indagar sobre las derivaciones metodológicas que supone el posicionamiento en una epistemología constructivista en el contexto de las sociedades *mediatizadas*.

### Palabras clave

mediatización, identidades subalternas, epistemología, reflexiones

---

<sup>i</sup> FCPyS, IDEGEM-UNCuyo

<sup>ii</sup> INCIHUSA-CONICET/FCPyS-UNCuyo

## 1. Introducción

En las últimas décadas, a partir de la irrupción de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, el proceso colectivo de producción de significados -a través del cual el orden social se comprende, se comunica, se reproduce o se transforma- se ha visto fuertemente impactado. Ello no solo nos habla de un cambio epocal, sino que remite a un desplazamiento epistemológico en el campo de los estudios de Comunicación y Cultura, el cual, según M. C. Mata, pone de manifiesto la necesidad de “reponer la centralidad de los medios en el análisis cultural, pero no ya en su carácter de transportadores de algún sentido añadido (...) o como espacios de interacción de productores y receptores, sino en tanto marca, modelo, matriz, racionalidad productora y organizadora de sentido” (Mata, 1999:84).

Una parte considerable de las transformaciones en cuanto a las formas contemporáneas de vivir está vinculada a la primacía de la comunicación en el capitalismo globalizado. Redes electrónicas, satélites y fibras ópticas interconectan países, culturas y economías. En esta dirección, las lógicas mediáticas están cada vez más involucradas en la producción de significados, en el proceso de configuración de temporalidades y subjetividades, del medioambiente, de las formas de hacer, vivir y pensar la realidad. Las relaciones sociales, las prácticas y los procesos de producción simbólica tienden, así, a estar cada vez más *mediatizados*. Esto es: bajo la interferencia de mediaciones e interacciones basadas en dispositivos teleinformacionales.

Desde esta perspectiva, los medios de comunicación -considerando a estos en sentido amplio - desempeñan un papel clave en la fijación de hábitos y creencias, así como en la consolidación de la lógica de la lucratividad en todos los ámbitos culturales.

En el campo de los estudios de Comunicación y Cultura, la introducción de la noción de *cultura mediática* – y de otras posibles denominaciones como *tecnocultura* o *sociedades mediatizadas*- en textos de autores/as de diversa procedencia disciplinar, surge con la intención de ensayar un nuevo principio de comprensión de los fenómenos de producción colectiva de significados en las sociedades actuales, calificadas al mismo tiempo como post-industriales (Mata, 1999 y 2005; Verón, 2001; Huergo, 2008 y 2005; Rincón, 2006; Sodré, 1998 y 2001; Chill n, 2000; Stevenson, 1995; Kellner, 1995). Algunos/as autores/as consideran que esta tecno-cultura implica una nueva cualificación de la vida, un nuevo bios, del que participan tanto los medios tradicionales como los llamados medios digitales; signados por un espacio semiótico de interacción, que se da a través de pantallas y que presenta potencialidades de interacción en tiempo real y creación de espacios virtuales.

Dentro del campo de los estudios de comunicación, las *investigaciones sobre mediatizaciones* ocupan en la actualidad un importante lugar (Valdettaro, 2015). Desde la perspectiva de estos estudios, que se basan en un punto de vista sobre la comunicación que S. Valdettaro denomina

“constructivista”, los medios son pensados como “lenguajes o ambientes, o como materialidades significantes que metaforizan lo real de uno u otro modo específico o peculiar, o como organizadores de marcos perceptivos diversos, como de matrices de subjetivación y socialización” (Valdettaro, 2015: 191-192).

En este trabajo nos proponemos esbozar -mediante una revisión bibliográfica- una reflexión acerca de la decisión teórica y epistemológica de situarse desde la perspectiva de los *estudios sobre mediatizaciones* para abordar el tema de las representaciones a partir de las cuales los medios de comunicación construyen discursivamente las identidades y las prácticas de los grupos sociales subalternos. Es decir, aquellos que por determinadas circunstancias –signadas a menudo por cuestiones relativas a la distribución inequitativa del poder en razón del género, la etnia, la edad, la clase social o las diferencias culturales- ven obstaculizada la visibilidad de sus identidades, sus voces o sus reclamos.

Asimismo, y en articulación con este objetivo general, indagaremos sobre las derivaciones metodológicas que supone el posicionamiento desde una epistemología constructivista, que está en la base de nociones como la de *sociedad mediatizada*, para el abordaje de las representaciones que los medios construyen y/o ponen en circulación en relación a los grupos sociales subalternos.

## **2. Sobre la mediatización como punto de vista teórico**

Entendemos que los *estudios sobre mediatizaciones* están vinculados a un desplazamiento teórico operado dentro del campo de los estudios de comunicación, a partir de que algunos/as autores/as -dadas las vertiginosas transformaciones sociales y el auge de las NTICS- comenzaron a detectar la insuficiencia y la pérdida de la capacidad explicativa de nociones como la de “cultura de masas” para comprender los fenómenos de producción colectiva del sentido en las sociedades contemporáneas (Mata, 1999). En los últimos años, la proliferación de las llamadas NTICS ha implicado una notable omnipresencia de pantallas, integradas ya al paisaje de la vida cotidiana de los sectores medios en muchas de las sociedades occidentales. Así, de un tiempo a esta parte, un número considerable de investigadores/as se han abocado al estudio de la relación entre las sociedades y los medios de comunicación, produciendo trabajos desde un punto de vista que, tal como señala S. Valdettaro, considera que el “efecto” de los medios no se basa en los contenidos que estos vehicularizarían, sino en “las potencialidades cognitivas, perceptivas, socializantes, inherentes a los distintos soportes o tecnologías de comunicación de las que se serviría cada medio en particular y/o a su funcionamiento sociosemiótico” (Valdettaro, 2015, p. 191).

Desde esta perspectiva, nuestras sociedades contarían con una configuración de medios de comunicación con diferentes propiedades y, al mismo tiempo, integrados en la cultura y la sociedad

y, por tanto, formando parte del entorno social en el que los sujetos viven y actúan (Hjarvard, 2016). En relación a esto, Hjarvard (2016) sostiene que los desarrollos conceptuales enmarcados en la *teoría de la mediatización* apuntan a establecer un marco desde el cual entender cómo los medios de comunicación, la cultura y la sociedad interactúan entre sí y cómo, por consiguiente, los medios de comunicación contribuyen a estructurar la manera en que las personas, tanto en la sociedad en su conjunto como en los contextos cotidianos, se comunican, actúan y entablan relaciones sociales.

En cuanto a la noción de *mediatización*, ésta es central a nuestro trabajo y la misma requiere cierta precisión conceptual. En relación a ella, Hjarvard (2016) sostiene que debe entenderse como un proceso que no sólo implica una mayor presencia de los medios de comunicación en la cultura y en la sociedad, sino que también implica que otras instituciones dependan de sus lógicas. Este proceso, a su vez, advierte el autor, no es homogéneo y se aplicaría particularmente a la que denomina “alta modernidad”, equiparable a otros procesos como la urbanización, la globalización o la individualización.

Por su parte, M. Sodré también circunscribe la noción a un determinado contexto sociohistórico y económico, y explica que el concepto de *mediatización* describe:

un orden de mediaciones socialmente realizadas (...) caracterizadas por una especie de prótesis tecnológica y mercadológica de la realidad sensible, denominada medio (...). Se trata de un dispositivo cultural históricamente emergente en un momento en el que el proceso de comunicación es de manera técnica y mercadológica redefinido por la información, esto es, por un producto al servicio de la ley estructural de valor, también conocida como capital” (Sodré, 2001, p. 150-151).

Cabe señalar que no desconocemos las discusiones en torno a concepciones respecto al “trayecto largo” de la mediatización frente a otras que proponen una “serie corta” de la misma y la ubican como un proceso propio de un período histórico más o menos reciente (1). No obstante, en relación a los procesos actuales, y a partir de la noción de *sociedad mediatizada* propuesta tempranamente por Eliseo Verón, se ha señalado que estamos ante un escenario de “creciente mediatización” (Valdettaro, 2015, p. 187) (2).

Así, consideramos aquí que, aunque de modo no homogéneo, la *mediatización* designa un proceso que tiene lugar en las sociedades contemporáneas en un momento en el cual, tal como citamos sostiene Sodré (2001), el proceso de comunicación es redefinido, de modo general, por el capital y la forma de vivir está vinculada a la primacía de la comunicación en el capitalismo globalizado.

### **3. En torno a la *mediatización* y las identidades de sujetos y grupos subalternos**

Tal como señalábamos, nuestro interés se centra, particularmente, en una reflexión sobre los procesos de mediatización, tal como esto se dan en cuanto a la construcción de identidades de grupos sociales y sujetos subalternos/as, habida cuenta de que consideramos que –en las sociedades contemporáneas– la condición de posibilidad de estos para lograr un lugar de enunciación en el espacio público (Spivak, 2003) se halla íntimamente ligada con la posibilidad lograr visibilidad mediática.

En este sentido, diversos/as autores/as han señalado el importante rol que ocupan los medios de comunicación en la configuración de las subjetividades e identidades contemporáneas. En cuanto a la configuración de la identidad, Gonzalez y Aramendi (2010) sostienen que es simbólica y que los medios son transportes de símbolos necesarios para su construcción y reproducción: “No los únicos, pero sí centrales en este mundo mediatizado” (p.33), afirman. Por su parte, V. Sampedro Blanco, refiere a la enorme trascendencia política de la “función identitaria de los medios” (que deviene de la consideración de que los medios de comunicación participan de la gestión de las identidades públicas contemporáneas) y afirma que “sólo una identidad colectiva reconocida públicamente puede presentar demandas ante las instituciones” (p. 137), con lo cual, si consideramos que los medios de comunicación ocupan un lugar significativo en la configuración de lo público en las sociedades contemporáneas, la forma en que estos construyen las identidades de los distintos grupos sociales adquiere particular relevancia. Asimismo, el autor sostiene que mientras, en general, las identidades mediáticas “más normalizadas” se corresponden con los grupos sociales que cuentan con mayores recursos económicos sociales o culturales, aquellos que postulan identidades “opositoras” tienen una “estructura de oportunidad mediática más limitada” en cuanto a la posibilidad de construir su propia identidad (Sampedro Blanco, 2004, p. 141).

A los fines de nuestro trabajo resulta de utilidad la distinción que este autor realiza entre “identidades mediáticas” e “identificaciones mediatizadas”. Define a las primeras como aquellas identidades producidas y difundidas por los MC: las formas de representación pública presentes en el contenido y los mensajes de los medios de comunicación. Se las detectan, por tanto, con metodologías que analizan el contenido y el discurso de los mensajes mediáticos. Mientras que entiende que las segundas pertenecen al orden del consumo, la recepción y la reapropiación de las marcas mediáticas de identidad. A éstas se accede mediante metodologías específicas (como observación participante y etnográfica, entrevistas, historias de vida o grupos de discusión) que estudian las formas en que diferentes receptores/as (o sectores del “público”) recontextualizan, interpretan o se reapropian de las identidades mediáticas dominantes (Sampedro Blanco, 2004).

### 3.1. Subalternidad(es) y medios de comunicación

Teniendo en cuenta que este trabajo toma como herramienta teórica la noción de subalternidad creemos oportuno realizar, aunque sintéticamente, algunas precisiones respecto de la misma. El de subalternidad es uno de los conceptos que, en el marco de los Estudios Culturales, ha suscitado acaloradas discusiones. La noción más difundida del término subalterno es sin dudas la del italiano Antonio Gramsci, producida en sus *Cuadernos de la cárcel*, 32 libretas escritas entre 1929 y 1935, durante su estancia en prisión. En esa definición, subalterno refiere -en términos generales- a la condición de subordinación, a lo que es considerado inferior, ya sea en términos de poder o a partir de la clase, la edad, el género, la etnia, la cultura o cualquier otro vector que implique un lugar desfavorable en la escala de jerarquías. Los grupos subalternos son enunciados por Gramsci como disgregados y discontinuos, sujetos a la iniciativa de los grupos que gobiernan, incluso cuando se rebelan. Son, en esta noción, el sector marginado de la historia o de la sociedad, en oposición al grupo dirigencial o dominante, integrado por las élites que detentan el poder; ya sea político, económico, ideológico o cultural (Gramsci, 2009).

La noción se halla estrechamente relacionada a la de “hegemonía”, del mismo autor, y lo lleva a distinguir tres grupos sociales: clase dominante, que dirige el sistema hegemónico; clase auxiliar, ubicada en posición intermedia, como base social y lugar donde los sectores hegemónicos encuentran su personal -en el que hallamos a los intelectuales-; y la clase subalterna, que ocupa el lugar subordinado, y que al ser la fuerza de trabajo del bloque histórico -subproletariado, el proletariado urbano, el rural y hasta la pequeña burguesía-, depende de ésta económica, política, ideológica y culturalmente (Gramsci, 2009).

Algunos/as autores/as hablan de cierto auge conceptual y metodológico del “subalternismo” en América Latina. No obstante, creemos importante señalar que las nociones de subalterno/subalternidad que circulan actualmente con más frecuencia no siempre responden directamente a las lecturas gramscianas hechas en este continente, sino a las lecturas/apropiaciones operadas por algunos/as historiadores/as de la India, con itinerarios académicos dispersos en distintas universidades del norte, quienes a fines de los ‘60, constituyeron el proyecto Subaltern studies, integrado por: Ranajit Guha, Gyan Pandey, Shahid Amin, Partha Chatterjee, Dipesh Chakrabarty. Los mismos, dispersos entre Inglaterra, la India y Australia, se reunieron con la intención de promover un examen sistemático de los temas subalternos en el campo de estudios sudasiáticos.

En el seno de estos debates -desde una mirada muy crítica hacia el proyecto de Grupo de Estudios Subalternos- se inscribe la provocadora interrogación de Gayatri Spivak y su muy citado “¿Puede hablar el subalterno?” el cual apunta a denunciar el profundo silenciamiento de ciertos

grupos sociales en la narrativa histórica capitalista. El argumento de Spivak alude al status de quien, si bien está dotado físicamente con los atributos para hacerlo, no cuenta con un lugar de enunciación que lo permita y, por lo tanto, carece de la posibilidad de ser escuchado/a. Su modo de entender la noción de subalterno apunta a criticar la interpretación monolítica del término, bajo la cual se escondería la presunción de una identidad unitaria del sujeto. La autora ironiza en relación al hecho de que, si un subalterno/a dejase de estar silenciado/a, dejaría automáticamente de ser subalterno/a (Spivak, 2003). Ella se refiere específicamente a los grupos oprimidos y sin voz: proletarios/as, mujeres, grupos pertenecientes a diferentes etnias, por lo cual resulta de sumo interés para la presente indagación.

En relación a nuestro tema de investigación, cabe apuntar que en los procesos de *mediatización* que tienen lugar en las sociedades actuales, es notable cómo ciertos sectores -por ejemplo, la elite de la política, la industria y el mundo académico- suelen tener mayor facilidad de acceso a los/as periodistas y los medios de comunicación en general, ya que representan intereses importantes en cuanto que poseen poder político, económico y de conocimiento (Hjarvard, 2016).

Hjarvard (2016) afirma que los medios informativos ayudan a su vez a reproducir el poder discursivo de estas fuentes, al tratarlas como acreditadas y facilitarles un canal para expresarse y ser escuchadas. Por su parte, el auge de las redes sociales habría desafiado, en algunos aspectos, desde el punto de vista de este autor, al poder centralizado en la política y el periodismo, creando la posibilidad de un sistema de comunicación más plural en el que se reduce el umbral de acceso a los medios. Cabe señalar que, desde nuestro punto de vista, el tema tiene ciertos matices, pues -al menos en los países del Cono Sur- la accesibilidad a Internet es desigual y se halla asociada a la condición social de los y las sujetos.

De hecho, sostenemos que existen múltiples variables que podrían considerarse para discutir la “pluralidad”, tales como la que mencionábamos recién: condiciones/no condiciones de acceso a las redes sociales y también: alfabetización/analfabetismo tecnológico, educación mediática, expansión de las corporaciones mediáticas, etc.

En relación a las subalternidades y la perspectiva respecto a los medios que aquí desarrollamos (y si entendemos a la *mediatización*, siguiendo a Hjarvard (2016), como un proceso que social que presenta dos dimensiones: designa la transformación de las relaciones entre los medios de comunicación y otros ámbitos culturales y sociales y origina nuevas condiciones de comunicación e interacción) creemos que cobra relevancia reflexionar acerca de las formas en que las identidades de los/as sujetos y grupos subalternos son representados mediáticamente, así como las particularidades de los procesos de identificación que tienen lugar en la recepción a partir o en relación con las

identidades mediáticas dominantes puestas en circulación por los MMC en las sociedades contemporáneas.

#### **4. Algunas consideraciones metodológicas**

Nos detendremos ahora en algunas reflexiones sobre las derivaciones metodológicas que supone el posicionamiento en una epistemología “constructivista” para el estudio de los medios -y la mediatización de las identidades subalternas, en particular-.

En relación al estudio de las modalidades en que los MC representan las identidades de sujetos y grupos subalternos, consideramos que dicho posicionamiento implica, en cuanto a lo metodológico, no reducir los abordajes de las representaciones presentes en MC a un mero análisis de contenido de la superficie textual. En este sentido, un concepto útil, y que nos pondría a resguardo de incurrir en reduccionismos, es la noción de “lógica mediática” (Hjarvard, 2016), incluyendo en los análisis el abordaje de las distintas dimensiones de la misma: tecnológica, estética e institucional. Otra estrategia útil en relación a dicho punto de vista es atender -junto a lo que aparece representado en los medios- a las formas de invisibilización, lo cual podemos asimilar, siguiendo la perspectiva de J. Martín Barbero, a la dimensión “sustitutiva de los medios”, esto es, aquello que estos acallan, opacan o silencian (Orozco Gómez, 1998).

Otra estrategia metodológica puede consistir -en paralelo o articulación con las anteriores- en llevar a cabo una lectura de los sentidos y mecanismos de construcción de representaciones presentes en los discursos de los medios (atendiendo, por ejemplo, a aspectos estéticos-formales y modalidades narrativas) y en su relación con las estructuras sociales que los exceden y posibilitan su producción y circulación.

En cuanto a lo que sucede en la instancia de producción mediática, Siguiendo a Cebrelli y Rodríguez (2013), y entendiendo al concepto de “representación” (3) como una particular construcción de sentido producto de una operación de selección y síntesis, la estrategia metodológica en este tipo de abordajes debería estar orientada, así, no a la búsqueda de distinción entre grados de “realidad” entre las representaciones de los MC y un “real” que se supone extra mediático, sino hacia “comprender la articulación de los regímenes de práctica y las series de discursos que producen lo que es lícito designar como la realidad en un momento dado” (Rodríguez, 2014: 96).

Asimismo, entendemos que el hecho de considerar que en las actuales *sociedades mediatizadas* las representaciones de los medios de comunicación adquieren un papel relevante en la construcción del sentido no implica pensar que un texto contiene un sentido fijo, sino que entendemos que existen interpretaciones y procesos de recepción diferenciales de los textos, en este caso,



mediáticos. No obstante, este reconocimiento tampoco habilita la idea contraria de que es únicamente el lugar de el/la lector/a de un texto el sitio donde se construye el sentido (Rodríguez, 2011; Mata, 2005). M. G. Rodríguez (2014) explica, en este sentido, que “los estudios culturales sobre mediatización asumen que las audiencias no producen ‘lo que quieren’, sino que construyen un sentido posible dentro de los límites de sus marcos interpretativos y de la estructura provista por la representación” (p. 97). Esto implica un desplazamiento teórico hacia las cuestiones del poder y la ideología, en tanto las representaciones mediáticas operan en articulación con los “regímenes de visibilidad hegemónica” (Cebrelli y Rodríguez, 2013).

Nos parece fundamental, además, respecto a la recepción, tener en cuenta, siguiendo a M. C. Mata (1995), el carácter construido del público, siendo éste una condición diseñada desde el mercado mediático. En la reflexión sobre los procesos de mediatización éste es, a nuestro entender, un aspecto que no podemos dejar de considerar.

## **5. Algunas consideraciones finales**

En relación los procesos de mediatización no puede soslayarse, creemos, el tema de las relaciones de poder que se legitiman con los sentidos que producen los medios de comunicación, especialmente cuando quienes son representados/as no son los/as productores/as de esas representaciones, es decir, cuando se trata de representaciones de sujetos subalternos/as. En torno a esto, M. G. Rodríguez (2011) sostiene que

La desigualdad (...) se reproduce persistentemente a través de las estructuras, pero también de la reproducción del significado que tanto las instituciones (y entre ellas los medios) como los sujetos le dan a la desigualdad. (...) Este es el carácter socialmente productivo del proceso de circulación, que está sujeto a consensos culturales, a marcos institucionales, a relaciones de poder, a densidades históricas, y en el cual intervienen instituciones y sujetos. En la circulación, las producciones de los medios (...) co-construyen la legitimación de situaciones socialmente disimétricas (Rodríguez, 2001, párr.11-12).

Finalmente, insistimos en la relevancia del estudio de las representaciones mediáticas, pues entendemos que, en las sociedades capitalistas contemporáneas, “el poder de representación tiene la capacidad de “estabilizar” ciertos sentidos sociales sobre el mundo, así como su funcionamiento (Reguillo, 2008). A eso agregamos que –por ende- en dicho poder de representación reside también la posibilidad de revertir o subvertir el orden establecido, de ahí la importancia de la ampliación de los regímenes de visibilidad presentes en los MC, de manera de que estos habiliten la posibilidad de un lugar de enunciación para los grupos a quienes se les expropia la palabra. Así, la disputa por el espacio interpretativo se transforma en la disputa por la conquista de la voluntad “política” de una sociedad. Y, en este sentido, no se trata de un espacio que se gane de una vez y para siempre, en tanto, se encuentra atravesado por resistencias, contradicciones e impugnaciones (Reguillo, 2008).

Se trata sin dudas de una vieja batalla, que en tiempos de globalización capitalista y “tecnologización” del espacio público introduce nuevas complejidades y, por lo tanto, nuevos desafíos en vistas a la democratización de nuestras sociedades.

### Notas

- (1) Estos distintos puntos de vista han sido señalados y presentados por autores como Fernández (2014) y Traversa (2015). A la vez que sobre esto cabe señalar que, en un texto de aparición reciente, E. Verón (2015) adopta un punto de vista a favor de una perspectiva histórica de la mediatización a largo plazo, esto es, lo que llama una “perspectiva antropológica”. Así, sostiene que la mediatización no es un proceso universal, que caracterice a todas las sociedades humanas, pero sí un resultado operacional de una dimensión fundamental de nuestra especie biológica que es la capacidad de semiosis. No obstante, Verón (2001) se ha referido también, en textos previos, a lo que denominó “rupturas de escala” en los procesos de mediatización. En relación a estas, S. Valdetaro (2015) sostiene que “los medios masivos de comunicación produjeron una rearticulación inédita de todos los ámbitos vitales de la experiencia moderna, proceso que, aunque ya iniciado en el siglo XV con la imprenta, fue logrando un creciente afianzamiento desde fines del siglo XVIII y principios del XIX, desplegándose sin interrupción durante el resto del XIX y produciendo dicha “ruptura de escala” en el siglo XX -básicamente por la mediatización de la electricidad- en un desarrollo que continúa vigente en la actualidad” (p. 26).
- (2) Uno de los primeros autores en proponer esta noción en el contexto latinoamericano, desde una perspectiva sociosemiótica, fue Eliseo Verón. De hecho, M. C. Mata cita un texto de 1992 en el que el autor utiliza la expresión. Verón se refirió a las sociedades preindustriales como sociedades “en vías de mediatización”, entendidas como aquellas en las que “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (Valdetaro, 2007, p. 7). Tomando esta definición, y considerando la magnitud de las transformaciones operadas por la mediatización en las sociedades “actuales” S. Valdetaro (2007) afirma que estamos, en la actualidad, ante una *sociedad mediatizada*. La autora señala que dicha “actualidad” hace referencia a procesos que se nombran de distintos modos, como “posmodernidad”, “tardomodernidad”, “sobremodernidad”, “modernidad líquida”, “hipermodernidad” (Valdetaro, 2015).
- (3) En su conceptualización de la noción de “representaciones mediáticas” M. G. Rodríguez (2011) remite a la noción de “representación” elaborada por L. Marin y retomada por R. Chartier (1996) y reconoce que las mismas “trabajan en la plenitud de su capacidad productiva, cumplen su papel en la organización de lo social” (párr. 9).

## Bibliografía

- CEBRELLI, A. y RODRIGUEZ, M.G. (2013). "Algunas reflexiones sobre representaciones y medios". En *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura*, n°76, La Plata, pp. 89-99.
- CHARTIER, Roger (1996). *Escribir las prácticas. Foucault, De Certeau, Marin*. Buenos Aires: Manantial.
- CHILLÓN, Albert (2000). "La urdimbre mitopoética de la cultura mediática". En revista *Análisi*, N° 24, Barcelona.
- FERNÁNDEZ, Mariano (2014). "Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica". En *La Trama de la Comunicación*, volumen 18. PP189 a 209
- GONZÁLEZ, Leonardo J. y ARAMENDI, Rodrigo (junio-julio 2010): "Escenarios de disputa de nuevos sentidos sociales y culturales". En *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura*, N° 69, Facultad de Periodismo y Comunicación Social / UNLP, La Plata.
- GRAMSCI, Antonio (2009). *Antología*. México: Siglo XXI.
- HJARVARD, Stig (2016). "Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social". En *La Trama de la Comunicación*, volumen 20, n°1. Rosario, Argentina. Pp. 235 a 252.
- HUERGO, Jorge (2008). "Culturas mediático tecnológicas y campo formativo", *Revista Margen*. Periódico de Trabajo Social y Ciencias Sociales, Edición digital, Edición N° 51, primavera 2008.
- (2005). "Producción mediática e interculturalidad: aportes teórico-metodológicos", revista *Portularia*, vil. V, n° 2, Universidad de Huelva, España. Pp. 131 a 146.
- KELLNER, Douglas (1995). *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid: Akal.
- MATA, M. Cristina (2005). "Los medios masivos en el estudio de la comunicación/cultura". En *Conexao-Comunicacao e Cultura*, UCS, Caixias do Sul, V. 4, N° 8, pp. 13 a 21.
- (1999). "De la cultura masiva a la cultura mediática". En *Diálogos de la comunicación*, FELAFACS, Lima, pp. 80- 91.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1998): "De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción", en M. C. Laverde y R. Reguillo Eds, *Mapas Nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*. Bogotá: Siglo del hombre-DIUC. Pp. 91-101.
- REGUILLO, Roxana (2010) (2008). "Saber y poder de representación: la(s) disputa(s) por el espacio interpretativo". En *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, enero-junio, 2008, pp. 11-33. Universidad de Guadalajara. Zapopan, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600902>

- RINCÓN, Omar (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del espectáculo*, Barcelona: Gedisa.
- RODRIGUEZ, María Graciela (2014). *Sociedad, cultura y poder: reflexiones teóricas y líneas de investigación*. Buenos Aires: UNSAM Edita.
- (2011). "Palimpsestos: Mapas, territorios y representaciones mediáticas". En CEBRELLI, Alejandra y ARANCIBIA, Víctor (eds.) *Reflexiones Marginales N° 10 Las representaciones y sus márgenes. Identidades y territorios en situación de frontera*. México: UNAM.
- SAMPEDRO BLANCO, Víctor Fco. (2004). "Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación", Revista CIDOB d'Afers Internacionals, Fundació CIDOB, oct. 2004, N° 66-67. Pp. 135 a 149.
- SPIVAK, Gayatri (1988 [2003]). "¿Puede hablar el subalterno?". En *Revista colombiana de antropología*, n°39, Bogotá. Pp. 297-364.
- SILVERSTONE, Roger (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.
- SODRÉ, Muniz (2001). "Eticidad y campo comunicacional. Sobre la construcción del objeto", en: VASALLO D.L. Y FUENTES N. (comps) *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. México: Isteso. Pp. 149-160.
- (1998 [1996]): "Representación, expresión y simulación", en *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*. Barcelona: Gedisa
- STEVENSON, Nick (1998). *Culturas mediáticas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- TRAVERSA, Oscar (2015). "Eliseo Verón y el «trayecto largo de la mediatización»". En *Estudios - N° 33*. Pp. 131-149
- VALDETTARO, Sandra (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora, E-Book. Disponible en: <http://www.cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros>
- (2007): "Medios, actualidad y mediatización". En *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, n. 123, Argentina: Biblioteca del Congreso, Publicaciones Periódicas. Pp. 51-65.
- VERÓN, Eliseo (2015 [2014]). "Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica". En *Cuadernos de Información y Comunicación*. vol. 20. Pp. 173-182
- (2001) "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica". En *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.